

MARZO 11 DE 2022, PRIMER DÍA SIN IVA, CALI SE REACTIVA CON TODAS LAS MEDIDAS DE BIOSEGURIDAD

Centro de Inteligencia Económica y
Competitividad CIEC.
Secretaría de Desarrollo Económico
Santiago de Cali.



Centro de Inteligencia
Económica y Competitividad



ALCALDÍA DE
SANTIAGO DE CALI
SECRETARÍA DE DESARROLLO
ECONÓMICO



FICHA TÉCNICA

Población objetivo



Compradores presenciales durante el día sin IVA en los principales centros comerciales de Cali

Cobertura geográfica



Principales superficies y centros comerciales de Santiago de Cali:

- Alkosto
- Chipichape
- Éxito de la Flora
- Éxito unicentro
- HomeCenter
- Jardín Plaza
- Pacific Mall
- Pasarela
- Unicentro
- Único

Tamaño



576

Diseño muestral



Bola de nieve (no probabilístico, por conveniencia, sondeo)

Margen de error



No aplica

Técnica de recolección de datos



Presencial

Fecha



11 de marzo de 2022

Ponderación



1

Según cifras publicadas por la DIAN, el primer día sin IVA -28 de octubre de 2021- se registraron ventas por 9.6 billones de pesos a nivel nacional, para esta primera jornada del día sin IVA del 2022 -11 de marzo-, la ministra de comercio María Ximena Lombana indicó que se esperaba alcanzar los 8 billones de pesos en ventas. No obstante a lo anterior, el presidente de la república reveló el 12 de marzo que las ventas del día sin IVA ascendieron a 9.1 billones de pesos, 13,75% más de los esperado

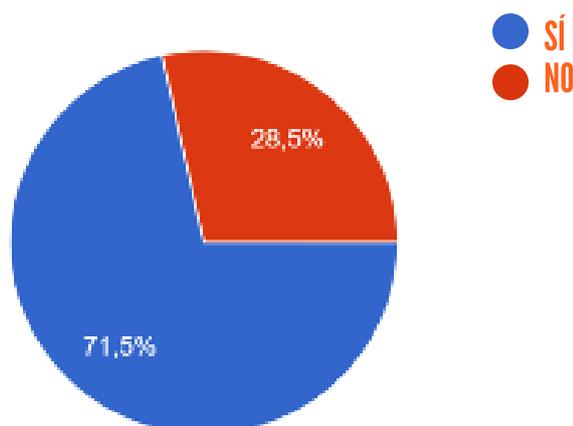
Los datos reunidos por el DANE a esa hora de corte permitieron a la entidad también concluir que el Valle se encontraba a ese momento en tercer posición por detrás de Bogotá y Antioquia en términos de crecimiento en volumen de las ventas con un incremento de 139% en comparación con el primer día sin IVA del año anterior (28 de octubre).

A nivel local, La Secretaría de Desarrollo Económico busca tomarle el pulso al primer día sin IVA del año para conocer cuál es la percepción de los compradores e intentar medir el gasto que realizan en un día como hoy. A través del trabajo de campo de distintos equipos del organismo, replicando el ejercicio realizado en el primer día sin IVA en el mes de octubre, se aplicaron 576 encuestas cara a cara en los principales centros comerciales y grandes superficies de la ciudad para conocer la dinámica y el comportamiento de los compradores en este segundo día sin IVA.

Resultados del primer día sin IVA

Gráfico 1

Conocimiento de los productos exentos de IVA



Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad - CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico

A continuación, se presentan los resultados más destacados de este ejercicio.

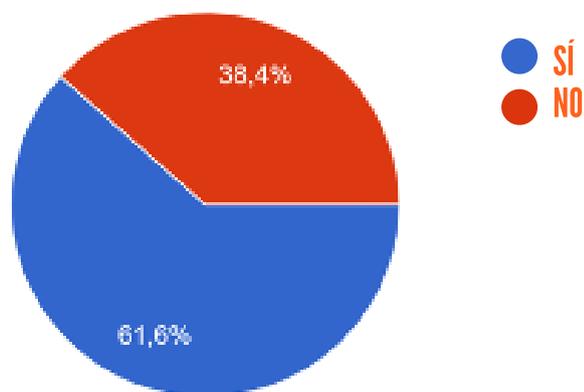
Conocimiento sobre el día sin IVA

El 71,5% de los compradores entrevistados en los principales centros comerciales y grandes superficies, afirman conocer los productos exentos de IVA, es decir, aproximadamente 3 de cada 10 personas desconocen que los electrodomésticos, ropa, calzado, útiles escolares y/o productos agropecuarios, están exentos de IVA. Lo anterior desde el punto de vista de la estrategia de comunicación muestra que aún hay una proporción de la población que no aprovecha del todo los beneficios de la jornada.

Resultados del primer día sin IVA

Gráfico 2

Percepción sobre estrategia de comunicación del día sin IVA



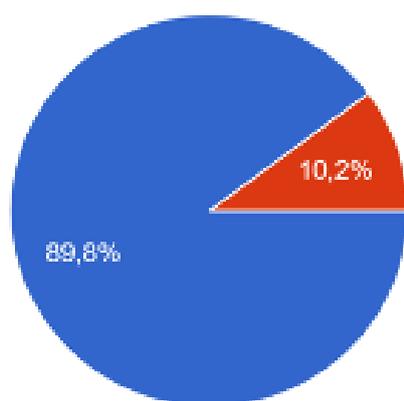
La percepción de los compradores frente a la estrategia de comunicación del día sin IVA indica una segmentación o división entre aquellos que sí creían que había suficiente información (61,6%) y aquellos que no (38,4%).

El desconocimiento de los compradores se resume en dos puntos los cuales tienen que ver con los productos que están exentos del IVA y los montos o condiciones de exención.

Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad -CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico

Gráfico 3

Compradores que aprovecharon el día sin IVA



Cerca del 90% de los compradores encuestados adquirieron productos que estaban exentos del IVA en este día, es decir, aprovecharon del descuento del IVA brindado por el gobierno nacional en este primer día sin IVA del año.

Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad -CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico

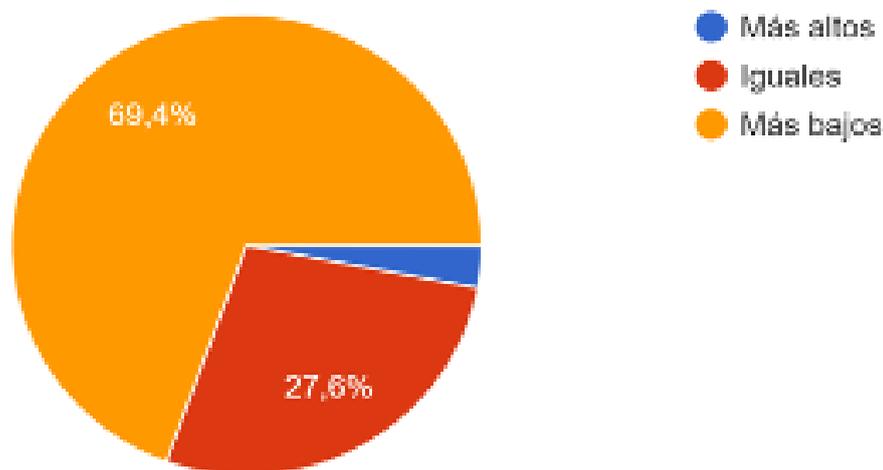


PERCEPCIÓN SOBRE LA EXPERIENCIA DE COMPRA PRESENCIAL EN EL PRIMER DÍA SIN IVA EN LA CIUDAD DE CALI

La percepción de los compradores sobre el nivel de precios de los productos en el día sin IVA permite observar que la gran mayoría considera que los precios son más bajos relativamente (69,4%), aunque hay un grupo importante de compradores que son indiferentes frente a los efectos del día sin IVA en términos de los precios percibidos (27,6%). Igualmente, se entrevistaron compradores que consideran que los precios son más altos durante el día sin IVA (3,0%).

Gráfico 4

Percepción de los compradores frente al nivel de precios



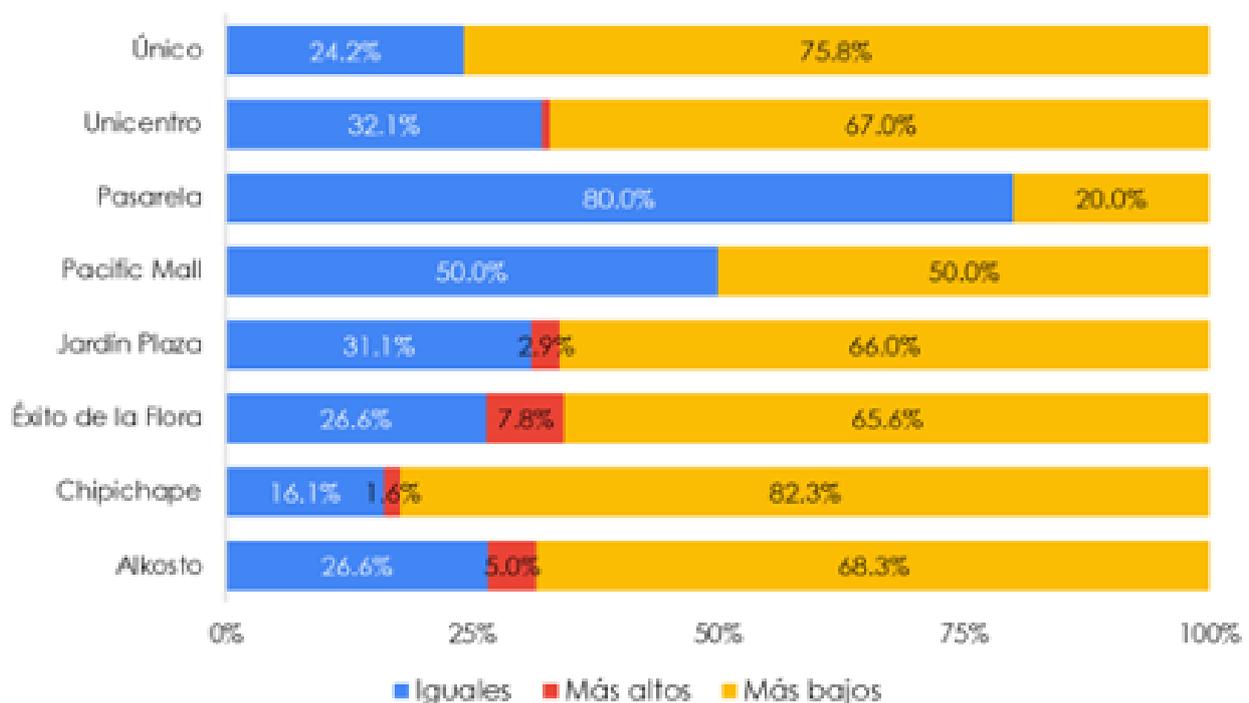
Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad -CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico



La desagregación por centro comercial posibilita observar que Chipichape y El Único son los centros comerciales donde los compradores perciben que los precios durante el día sin IVA son menores, es más, registran porcentajes por encima de la media de la ciudad (69,4%). Por otro lado, Unicentro y Jardín Plaza, resultan ser los centros comerciales donde hay más compradores indiferentes frente a la variación de precios del día sin IVA (32,1% y 31,1% respectivamente), mientras que en el Éxito de La Flora y Alkosto, se observan las proporciones de compradores que consideran que los precios son más altos (7,8% y 5,0% respectivamente). Conviene señalar que las tendencias para los otros centros comerciales están afectadas por los pocos registros levantados.

Gráfico 5

Percepción de los compradores frente al nivel de precios por centro comercial



Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad -CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico

[1] 6 registros en Pacific Mall y 5 en Pasarela.

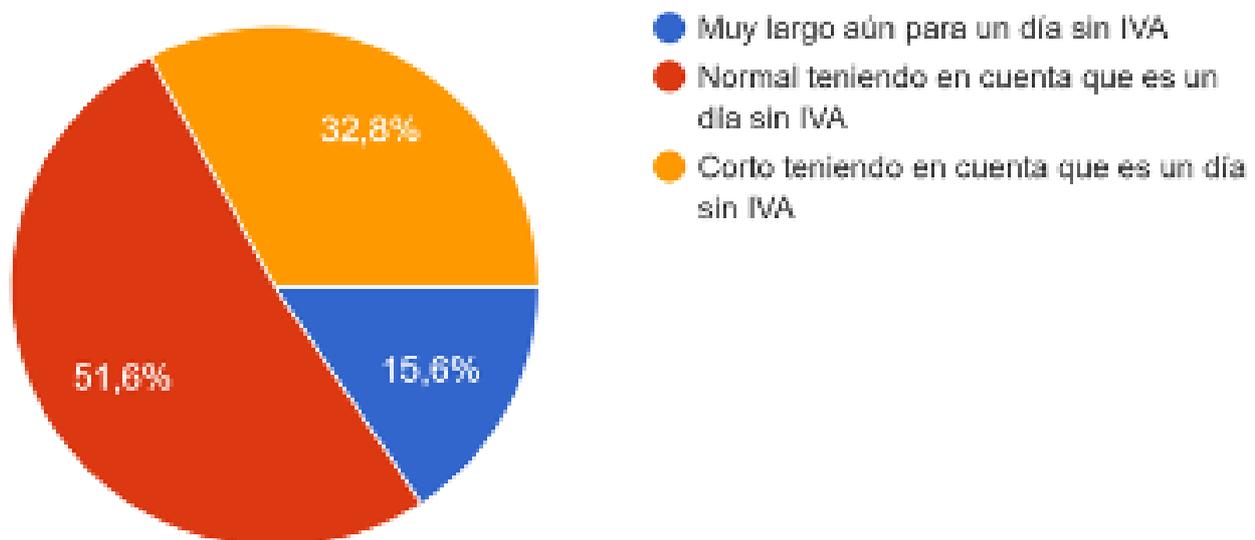


En el primer día sin IVA de 2022, la compra promedio de los caleños estuvo alrededor de \$1.500.000. Según productos comprados (que no son excluyentes), el 68,1% compró computadores, equipos de comunicación y/o electrodomésticos, le sigue en importancia las compras de ropa y calzado con el 33,2% y los elementos deportivos con el 4,5%.

Ahora bien, la percepción general de los compradores es que el proceso de compra se realizó en un tiempo normal teniendo en cuenta que es un día con estas condiciones (51,6%). Igualmente, para un grupo importante de compradores el proceso fue corto en términos del tiempo destinado para la compra (32,8%) y existe otra proporción que se quejó por la demora en los procesos de compra (15,6%). Lo anterior indica que las estrategias de los comerciantes y empresarios de grandes superficies para atender este día fue efectiva y generó satisfacción en los compradores.

Gráfico 6

Tiempo destinado para la compra



Fuente: Centro de Inteligencia Económica y Competitividad -CIEC- Secretaría de Desarrollo Económico



Por último, el 28,3% de los compradores asistió sólo a los centros comerciales, mientras que la gran mayoría fue acompañado por al menos otra persona (71,7%).

PROYECCIONES DE VENTA PARA CALI EN EL PRIMER DÍA SIN IVA DEL 2022

De acuerdo con la estructura del valor agregado municipal en promedio durante los últimos años la Ciudad de Cali aporta con el 4.6% del valor agregado nacional, la anterior observación permite conjeturar que, de acuerdo con las cifras que reveló la Ministra de Comercio sobre las ventas del día sin IVA, que ascienden a \$7.6 billones de pesos a las 6:00 de la tardea nivel nacional, Cali aportaría con una cifra NO INFERIOR a los \$349 mil millones de pesos.



Centro de Inteligencia Económica y Competitividad
CIEC. Secretaria de Desarrollo Económico Santiago de
Cali.

